



TITLE:

<巻頭言> 積極的な情報発信を

AUTHOR(S):

平田, 康夫

CITATION:

平田, 康夫. <巻頭言> 積極的な情報発信を. Cue 2008, 19: 1-2

ISSUE DATE:

2008-03

URL:

<https://doi.org/10.14989/57936>

RIGHT:

巻頭言

積極的な情報発信を

昭和40年卒 株式会社国際電気通信基礎技術研究所 代表取締役社長 平 田 康 夫



縁あって、2007年7月よりけいはんな学研都市にある民間研究機関の国際電気通信基礎技術研究所（ATR）に勤務することになり、これまでのわが人生の3分の2を過ごした東京を離れ、家族共々関西に居を移すことになった。懐かしい子供時代、学生時代を過ごした故郷への40年ぶりのUターンである。

ATRへの赴任前後にまず感じたことは、関東と関西との間の情報の格差である。KDDIからATRに移るに当たって、東京でお世話になった方々に挨拶をさせていただいた際に、「けいはんな学研都市にあるATRという研究機関に移ることになりました」といってもなかなかご理解いただけないことが多々あった。「けいはんな学研都市」でまず？が付き、その設立背景、規模、現状などを縷々説明した後、要は関西における「つくば学研都市」のようなところですよと言ってやっと理解していただく場面に何度も遭遇した。さらに追い打ちをかけるように「けいはんな」の「けい」は京都の京、「はん」は大阪の阪、ところで「な」は名古屋の名ですか、などとまじめに尋ねられたこともあった。関東の方々の関西に対する認識の浅さ、興味の薄さの一端を垣間見たところである。ましてやATRにいたっては、けいはんな学研都市の第一号入居者で、株式会社でありながら情報通信に関わる最先端技術の研究開発をする研究機関で、約300名の研究者の内およそ4分の1が海外の研究者で・・・、といった説明を何度も何度も繰り返しさせていただいた。一方、関西に移り住んだ後のことであるが、ATRは関西特に京都では、関連業界以外の一般の方々にも意外に知名度の高い会社であるとの印象を受けた。

このような情報の格差は、当然といえば当然ではある。近いものほど身近に感じ、興味を持つのは当たり前のことであるが、新聞やテレビなどのマスメディアの報道の仕方にも問題であるのではないと思う。情報の東京一極集中の弊害の一つであろう。例え東京一極集中であっても、様々な地方の情報が東京に集められ、その後情報の取捨選択が行われ、わが国にとって国民にとって有意な情報が東京から全国に向けて発信される構図ならばまだ良い。実態は東京の情報は全国にばらまかれるが、地方の情報はその地方だけで閉じてしまっている場合が数多く見受けられる。すなわち情報の流れ、パスの上りと下りがバランスしていないのが問題である。少々話がそれるが、京都が都の昔に戻って江戸から京都へ向かうのを上りと呼ぶのはJR時刻表との混乱を避けるためあきらめるとしても、少なくとも関西を地方とは呼びたくないのが私の本音である。

話を戻すと、例えば我がATRの研究成果がテレビのニュースで取り上げられた、新聞に掲載され得意気になっても、所詮ほとんどの場合はローカルニュース、地方版での扱いである。全国に放映される価値のある内容であっても然りである。京都大学や関西在住の方々も同様の経験をされ、同じ思いをされているのではないと思う。何故もっと地方発信の情報を全国版のニュースや記事として取り上げないのかとマスコミに文句を言っても始まらない。要は、様々な機会をとらえ、自ら工夫を凝らして全国に向けてより積極的な情報発信に努めていく必要があるのではないかと強く感じている次第である。

京都大学は、東京にオフィスを設けられ、また京都大学の活動を紹介する各種シンポジウムを東京を始めとして全国各地、および海外において積極的に開催されるなど幅広く広報活動に取り組んでおられ

ると聞いている。もちろん京都大学の知名度が全国区であることは言うまでもないことであるが、優れた研究の成果、優秀な人材の輩出、近況などをより多くの人々に正しく知ってもらうためには、私どもOBも含めて大学関係者が、関西の、京都の、そして京都大学のPRにつながる情報発信を様々な機会を捉えてきめ細かく行っていくことが大切であろう。

組織においても地域においても、継続的かつきめ細かい情報発信によって正しく知ってもらい、身近に感じてもらうことの意義、効用は計り知れない。そこに住みたい、そこで仕事をしたい、一緒に働きたい、親しくお付き合いしたい、といったことにつながっていくことになる。関西そして京都を、人、もの、金、すなわち優秀な人材、地域の活性化を促す諸施設、潤沢な資金が集まる地域、真の意味のCOE（Center Of Excellence）へと展開してゆくために重要なアクションと理解している。

情報発信の強化は、極東に位置する島国「日本」の国内に留まる話ではない。幸いにも歴史的文化と伝統の町「京都」の世界における認知度は「東京」に勝るとも劣らない。世界に向けての情報発信の強化は、わが国の重要政策に対する理解の促進、国際的地位の向上、産業競争力の強化、さらには優れた技術や伝統文化の紹介などに繋がり、国として極めて重要な戦略的施策である。

関西発全世界向けの情報発信の強化は、関西を地方区から全国区に格上げするのに大いに役立つ。わが国は、海外で高く評価されたものを無条件で受け入れる傾向が強いように感じられる。情報を関西発、海外経由、東京着とする、いわゆる着地点が少しそれるブーメラン現象の活用も大いに効果的な情報発信戦略であろう。

少々とりとめも無いことを述べたが、関西に戻って情報発信の大切さを改めて強く感じた次第である。今後とも様々な機会をとらえて情報発信の強化に努めていきたいと考えている。もっとも、情報発信に精を出しても内容が伴わなければ、かえって評判を落とすことになりかねない。辻褄あわせの情報発信、見せ掛けの情報発信は避けなければならない。より大切なことは情報の中身である。

最後に京都大学に対する期待として、自由な学風、個の尊重といった京都大学の伝統、京大らしさを最大限に活かしつつ、世界に誇れる研究成果、未来社会に貢献できる人材の育成を強くお願いして私の拙文の終わりとしたい。